

## УМОВИ ВПРОВАДЖЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

В. І. ТРОЯН, аспірантка

*Харківський національний університет міського  
господарства імені О. М. Бекетова  
61002 Україна, м. Харків, вул. Маршала Бажанова, 17  
troyan.vlada@gmail.com*

Становлення в Україні демократичної правової держави, її інтеграція у світовий економічний та політичний простір потребує запровадження цивілізованих та ефективних умов реалізації підприємницької діяльності. Світовий досвід доводить, що одним із ключових напрямків забезпечення такої умови є розвиток корпоративного управління соціальної відповідальності.

Разом із тим, недостатньо розробленими в практичному й теоретичному плані залишаються питання, пов'язані з мотивацією соціально відповідальної поведінки підприємств; оцінкою доцільності підвищення соціальної активності; формуванням комплексу заходів по забезпеченню соціальної відповідальності підприємств; удосконаленням структури соціально орієнтованих витрат. Це засвідчує нагальну потребу в науковому обґрунтуванні та подальшому розробленні організаційно-економічних основ розвитку соціальної відповідальності.

В Україні, де бізнес лише виходить із періоду первісного накопичення капіталу і де влада та інституції громадянського суспільства перебувають у стадії становлення, є можливість через КСВ не тільки вибудувати систему взаємовідносин бізнесу, влади та громадянського суспільства, але й вирішити низку проблем модернізації України.

Однак доцільно зауважити, що орієнтування бізнесу виключно з «позиції використання соціальної відповідальності бізнесу для створення конкурентних переваг для окремого підприємства, налагодження зв'язків з громадськістю та органами центральної і місцевої влади, підтримання позитивного іміджу компанії», тобто зведення КСВ, власне, до «маркетингового заходу» – суперечить самій сутності соціальної відповідальності. З іншого боку, зараз загалом форми взаємодії органів публічної влади та суб'єктів підприємницької діяльності щодо КСВ є обмеженими, а саме: на національному рівні зведені до «примушування», коли «державні структури згадують КСВ коли необхідно взяти участь у національних чи регіональних благодійних проектах»; на регіональному рівні органи державної влади втілюють такі компоненти соціальної відповідальності як організаційне управління; дотримання прав людини; дотримання екологічних питань, встановлення контролю якості товарів і практик чесного ведення бізнесу, надання адресної допомоги населенню.

Соціальна відповідальність в бізнесі надає низку переваг. Для підприємств: поліпшення іміджу серед існуючих та потенційних споживачів, партнерів по

бізнесу, посилення позицій у міжнародному співтоваристві; зростання довіри до виробника та його продукції, як результат – збільшення обсягів продажів, посилення конкурентних позицій; можливість формування безпечного середовища діяльності та розвитку компанії завдяки власній корпоративній політиці. Соціальна відповідальність бізнесу як для держави, так як і для суспільства є підґрунтям для вирішення частини ключових соціальних проблем; в тому числі – основою для зростання обсягів інвестицій у суспільні сфери, зменшення відтоку «інтелектуального ресурсу», поліпшення іміджу держави на міжнародній арені як такої, де дотримуються норм і стандартів світової спільноти, де дбають про свій народ, де існує стабільність та умови для вкладання інвестицій.

Вирішення проблем впровадження соціальної відповідальності покликане запобігти можливим та назріваючим протиріччям як у взаємовідносинах бізнесу та суспільства, вихід вітчизняного бізнесу на міжнародний рівень. А це, в свою чергу, призводить до поліпшення лояльності суспільства до влади, до бізнесу, зменшення ролі державного регулювання, загального покращення стану суспільства та росту економічного розвитку країни.